AGAP Association Girondine pour l'Agriculture Paysanne

Bulletin Agriculture Paysanne

avril - mai - juin 2013 | Bulletin n° 12

Édito

Réinventer la distribution artisanale

Souvent, nous nous inquiétons de l'industrialisation progressive de l'agriculture, mais nous oublions que le commerce a subi de la fin des années 60 aux années 80 une transformation d'une brutalité sans égale.

L'industrialisation de la grande distribution a été très fortement soutenue par les différents pouvoirs politiques ; il fallait mettre à disposition des consommateurs, les produits de base à un tarif le plus faible possible, quitte à créer un sous-prolétariat dans tous ces grands magasins. Cela bien entendu avec une grande distribution férocement exigeante avec les producteurs agricoles.

Depuis quelques temps ceux-ci s'organisent pour vendre leurs productions avec des méthodes alternatives les plus diverses.

Le magasin de producteurs est une formule bien adaptée à un groupe d'agriculteurs qui ont des productions complémentaires. Comme toujours dans une activité de groupe, cela demande de l'engagement réciproque et de la rigueur dans l'organisation.

Heureusement, les collectivités commencent à s'impliquer et soutenir ces nouveaux lieux de vente.

Cela pourrait avoir une réelle efficacité tant en terme de circuits courts que de proximité, si parallèlement les surfaces de la grande distribution ne continuaient pas de croître.

La France est le pays ou la GD est en état d'imposer une situation commerciale totalitaire.

Un retour progressif à plus d'humanité dans les relations de vente serait un véritable bienfait pour la vie des centre-villes et des bourgs des campagnes.

Marie-Claude Leroy
Membre de l'AGAP

Les rencontres printemps-été

Produire et manger local

Les magasins de prod

Un magasin de producteurs ou point de vente collectif (PVC), est une société commerciale ou une association de producteurs agricoles, regroupant des personnes qui s'organisent de façon à vendre sur un lieu commun. Autrement dit, les producteurs transforment et/ou conditionnent eux-mêmes leurs productions, puis trouvent un débouché local. C'est une organisation collective, dont les objectifs sont notamment de réduire la longueur des circuits de commercialisation et de mieux valoriser les produits.

Statut

Les magasins de producteurs sont généralement gérés par un groupement de producteurs, dont les statuts juridiques peuvent varier : association loi 1901, coopérative, GIE... Ils indiquent :

- le type de membre accepté,
- la composition du Conseil d'Administration,
- le mode de prise de décisions,
- le rôle de l'Assemblée Générale.

Le groupe de producteurs définit aussi un règlement intérieur qui constitue une base commune de fonctionnement. Il garantit les choix éthiques et précise ce qui est autorisé ou interdit.

Fonctionnement

Les magasins de producteurs sont ouverts aux personnes ayant le statut d'agriculteur à titre principal ou secondaire. Ils procèdent comme les épiceries et proposent des horaires d'ouverture.

L'un des principes de base est la transparence et la qualité des produits distribués par les agriculteurs (respect des règles sanitaires, transparence sur la transformation, étiquetage...). Seuls les produits issus des fermes des agriculteurs partenaires sont autorisés à la vente.

La vente est faite par les agriculteurs eux-mêmes, possibilité de discuter avec les producteurs. Si la vente est réalisée par un salarié, cela aura des implications en termes de statut juridique pour le groupe de producteurs. **Les magasins de producteurs reposent sur un règlement intérieur** régissant les droits et devoirs des adhérents, et permettant d'expliciter un certain nombre de fonctionnements (provenance des produits et transformation, intégration ou exclusion d'un producteur, déroulement des permanences, calcul des marges, paiement des producteurs...). La gestion est faite de manière collective par les adhérents.

Règlementation (en quelques points)

→ Autorisation d'exploitation commerciale (voir Article L720-5)

Pour toute création d'activité (reprise, construction) ou agrandissement d'un commerce de taille supérieure à 300m², il est obligatoire de demander une « autorisation d'exploitation commerciale », à la CDAC (commission départementale d'aménagement commercial).

→ Assurance

Il faut dans la plupart des cas souscrire à :

- une garantie des biens de propriétaire, de propriétaire occupant, de locataire,
- une responsabilité civile exploitation (garantie aux tiers clients, salariés...),
- une responsabilité civile après livraison,
- une responsabilité civile intoxication alimentaire,
- une responsabilité civile des mandataires sociaux,
- une responsabilité civile atteintes à l'environnement,
- une responsabilité civile des biens confiés.

→ Bail

Le régime des baux commerciaux (décret du 30 septembre 1953)

- Durée du bail : 9 ans, au minimum, avec soit un droit de renouvellement au profit du locataire soit un droit à une indemnité d'éviction. Possibilité pour le locataire de résilier le bail par période triennale, sauf s'il existe une clause contraire.
- Révision des loyers, avec contrôle de révision légale (3 ans) ou révision conventionnelle (clause d'échelle mobile).
- L'extension ou la modification de l'activité prévue par le bail est possible à condition de respecter une procédure spécifique.
- De plus, le locataire possède le droit de céder son bail à l'acquéreur de son fonds de commerce.

Conseils

Il faut parfois en dehors du bail type, prévoir des clauses spécifiques. Par exemple, en cas d'aménagement et d'investissement importants sur le fonds loué, il peut être rédigé une clause permettant l'indemnisation du preneur en cas d'éviction...

→ Établissement recevant du public (ERP)

Un ERP est un bâtiment, ou un local, dans lequel des personnes sont admises. Le confort d'usage d'un ERP s'exprime dans sa capacité à éviter de placer les usagers en situation d'handicap. Les règles essentielles relatives à l'exploitation et à l'aménagement des établissements recevant le public sont fixées par Le Code de la construction et de l'habitation, et notamment les articles R123-1 et suivants.

ucteurs ou point de vente collectifs

Hygiène

Pour assurer l'hygiène et la sécurité alimentaire des produits commercialisés, un point de vente collectif, comme tout autre magasin de vente, doit maîtriser trois éléments (voir l'arrêté du 9 mai 1995) :

- L'hygiène du magasin (locaux, équipements, matériel, eau), entretien, gestion des déchets, nettoyage, désinfection.
- L'hygiène et la formation du personnel.
- L'hygiène des produits (réception, stockage, préparation, manipulation, gestion...)

Étiquetage et affichage

→ **Une obligation d'information** (Art L.133-3 du Code de la Consommation)
L'ensemble des produits présents dans le point de vente doit faire l'objet d'une information afin d'être conforme à la règlementation sur l'étiquetage.
Denrées sans emballage : Toute denrée mise en vente sans emballage doit être munie d'une affiche ou d'un écriteau comportant la dénomination de vente.
Denrées préemballées : L'emballage des denrées préemballées est soumis à une règlementation stricte. L'étiquetage doit faire figurer différentes informations qui renseignent le consommateur : marque, dénomination de vente, composition, DLC (Date Limite de Consommation) ou DLUO (Date Limite d'Utilisation Optimale), nom et adresse d'un responsable, identification de l'emballeur, quantité nette, numéro de lot, origine, calibre et catégorie, mode d'emploi, conditions de conservation.

→ **La liberté de fixation des prix est la règle** (Art L.113-1 du Code de la Consommation)
Il est obligatoire d'indiquer, de façon lisible, le prix TTC à l'unité, par écriteau, étiquette ou affiche. Il ne doit pas y avoir d'ambiguïté : le prix doit se référer clairement au produit et deux produits identiques doivent avoir le même prix. Il existe des modalités d'informations spécifiques pour les produits comme la viande, la charcuterie, le pain, le lait, les fruits et légumes.
Pour tout renseignement : DDCCRF (Direction Départementale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes).

Étapes de création d'un magasin de producteur ou point de vente collectif

1. Monter un groupe cohérent, suffisamment diversifié
2. Créer une structure du type association loi 1901 pour consolider le groupe,
3. Formaliser un fonctionnement au travers d'un règlement intérieur,
4. Créer des gammes de produits diversifiés et former les porteurs de projet pour les faire vivre,
5. Aider les agriculteurs à choisir un statut d'entreprise,
6. Rechercher un local,
7. Monter un plan de communication et aider à sa mise en œuvre (maîtriser notamment l'ouverture du magasin).

Contraintes	Atouts	Facteurs de réussite	Facteurs de risques
• Une coordination nécessaire avec les autres producteurs pour éviter les manques ou surplus, en particulier pour les produits frais. • Le réapprovisionnement en qualité et quantité • Une obligation d'adhérer à un groupe et de respecter son fonctionnement • La nécessité d'une cohésion de groupe constante • Un système globalement consommateur en temps • Contraintes de fonctionnement du magasin	• Une gestion des risques partagée (mutualisation des apports financiers) • une large gamme de produits peut être proposée • L'assurance d'un débouché fixe • Une valorisation collective des produits • Les liens sociaux créés avec les autres producteurs, les consommateurs, les élus... • La possibilité de mettre en place, grâce aux contacts pris avec les clients, d'autres circuits courts (amaP, commande-livraison...) • Optimisation du temps de vente des produits	• Un lieu facile d'accès • Une gestion efficace des conflits permettant leur résolution • Une répartition équitable du temps de travail entre les adhérents • Un bon équilibre entre associés sur la part du chiffre d'affaire • Une capacité à répondre aux demandes et critiques des clients • Une bonne entente et une mixité sociale au sein des groupes	• Des désaccords en matière de gestion. • Des prix trop élevés • Des disparités trop grandes en termes d'objectifs ou de chiffres d'affaires

Le 27 Juin 2013
à partir de 18h
Salle des Fêtes de PUGNAC
Forum de l'agriculture locale
Produire et manger en Haute Gironde
Halle des partenaires
Débat et ateliers thématiques

Forum : produire et manger local

L'AGAP a participé au Forum Produire et manger local organisé par le Pays de la Haute Gironde le 27 juin 2013. Suite à l'édition du guide « circuits courts, nos producteurs en Haute Gironde », il a été constaté que les acteurs locaux ne se connaissent pas.

L'objectif du forum était d'organiser une rencontre avec les différents acteurs agissant dans le cadre des démarches de circuits courts et de permettre à tous d'accéder à de l'information.
Un grand nombre de producteurs mais aussi des élus, des associations de citoyens/consommateurs, restaurateurs, artisans/commerçants… ont participé à ce forum.

Les thèmes étaient :

- des produits locaux et/ou bio pour la restauration collective
- producteurs, jouons collectif
- consommateurs, regroupons-nous.

Pour le président du Pays de la Haute Gironde, l'agriculture est un maillon essentiel à développer. Pour la vice-présidente, il faut impulser une dynamique de proximité. Ils rentrent là dans une volonté politique de valoriser l'agriculture locale.

Le Pays de la Haute Gironde est un secteur où évoluent de nombreux producteurs. Les productions sont diversifiées et de plus en plus souvent en agriculture biologique.
Pour les collectivités, l'objectif est d'arriver à fournir des produits agricoles locaux de qualité à la population locale, à la restauration collective à des prix raisonnables.
Pour les producteurs, l'objectif est de vivre décemment de leur travail, de pouvoir trouver des solutions collectives pour fournir la population locale et de réfléchir à comment livrer la restauration collective. Les producteurs vendent déjà leur production via des amaps, des marchés ou à la ferme. Certains d'entre eux ont entamé une réflexion pour se regrouper et vendre ensemble.
Ils ont également abordé les difficultés qu'ils rencontrent pour livrer la restauration collective car nous sommes en présence de producteurs « artisanaux ». Les critères de la restauration collective sont très souvent basés sur des volumes et des normes propres à l'agro-industrie.
« Comment un éleveur de viande bovine va-t-il pouvoir livrer 150 kg de sauté de veau ? Le veau n'est pas fait que de sauté, d'autres morceaux vont devenir du sauté et là se pose le problème du prix et de la disponibilité en volume. » Il a bien entendu été également question de changer les modes alimentaires, de réapprendre la frustration de la saisonnalité des produits mais aussi de travailler avec les cuisiniers et les intendants pour réfléchir et essayer de trouver des pratiques plus satisfaisantes ; mais il ne reste que les normes sanitaires et administratives adaptées à l'agro-industrie qui font barrage aux productions locales et artisanales.

Valoriser l'agriculture locale est une tâche très honorable pour les collectivités. Mais pour pouvoir la mettre en valeur, il faut qu'elle existe et continue d'exister. Les collectivités doivent toujours garder à l'esprit qu'il n'y a pas d'agriculture locale et de qualité sans les producteurs. Ce sont bien eux qui produisent grâce à leur travail, et plus ils seront nombreux, plus les territoires seront occupés et donc autonomes en approvisionnement d'aliments de qualité indispensable à notre quotidien, avec en prime la création d'emplois eux aussi locaux.

CALENDRIER DES RENCONTRES 3ème TRIMESTRE 2013

Café Installation
Date et lieu à déterminer
La formation agricole en établissement scolaire

Réunion d'échange
A 20h (date à déterminer)
Créer un groupement d'employeurs
8 rue de la Course - Bordeaux

Réunion d'échange
Date à déterminer
Elevage de canards bio, transformation
Ferme de Captieux

Vous souhaitez soutenir l'Agriculture Paysanne, accompagner ou partager votre expérience avec un réseau de paysans et candidats à l'installation

Bulletin d'adhésion à l'AGAP

Nom : ..... Prénom : .....

Production / Projet : .....

Adresse : .....

Ville : ..... Code Postal : .....

Téléphone : ..... Email : .....

Montant de l'adhésion : 10€ Adhésion de soutien : montant libre (chèque à l'ordre de l'AGAP)

Association Girondine pour l'Agriculture Paysanne : 8 rue de la Course 33 000 Bordeaux - Tél. : 05 56 52 26 79 - Email : agap33@orange.fr - www.agap33.org
Conception - coordination : Marianne Girard, Marie-Claude Leroy

Création : Polymédia. Impression : Laplante. Imprimé avec des encres à base végétale sur du papier issu de bois de forêts gérées durablement. laplante